



DOI: 10.18276/sip.2016.43/2-03

Iwona Czerska*

FUNKCJONOWANIE EKONOMICZNEGO UNIWERSYTETU DZIECIĘCEGO W KONTEKŚCIE KSZTAŁTOWANIA ŚWIADOMOŚCI EKONOMICZNEJ I ZACHOWAŃ PRZEDSIĘBIORCZYCH POLSKIEGO SPOŁECZEŃSTWA

STRESZCZENIE

W dobie społeczeństwa informacyjnego i dynamicznego rozwoju usług edukacyjnych orientacja na najmłodszego klienta jako konsumenta wiedzy ekonomicznej zyskuje coraz bardziej na znaczeniu. Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy (dalej: EUD) jako ogólnopolski projekt edukacji ekonomicznej skierowany do uczniów klas piątych i szóstych szkół podstawowych, działając na podstawie koncepcji marketingu społecznego i partnerskiego, buduje pozytywne relacje uczelni wyższych z otoczeniem. Uczelnie wyższe, środowisko lokalne i praktyka biznesu to trzy filary projektu EUD. Nauka ekonomii poprzez zabawę, czyli formuła *edutainment* – wykład, warsztaty, prezentacje prac – to innowacyjny pomysł na zdobywanie i doskonalenie wiedzy ekonomicznej, a także na kształcenie umiejętności działania w zespole. O słuszności realizacji przedsięwzięcia i rozszerzania współpracy świadczą pozytywne wyniki ewaluacji projektu EUD wśród dzieci i ich rodziców.

Słowa kluczowe: Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy, *edutainment*, marketing społeczny, marketing partnerski

Wprowadzenie

W obliczu dynamicznie zmieniającego się otoczenia rynkowego, w którym muszą funkcjonować konsumenci, przede wszystkim ci najmłodsi, a także współ-

* Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu, adres e-mail: iwona_czerska@hotmail.com.

czesne organizacje, sektor usług edukacyjnych kieruje coraz częściej swoją ofertę do młodszej grupy wiekowej. Dzieje się tak w wyniku globalizacji i niekorzystnych zmian demograficznych, co przekłada się na zmiany w zachowaniach konsumentów. Uczelnie wyższe, wychodząc naprzeciw oczekiwaniom młodego pokolenia, angażują się do współpracy w różnych ogólnopolskich projektach edukacyjnych. Nauka w szkole to już za mało dla niektórych uczniów, którzy oczekują szerszej, pogłębionej wiedzy w zakresie ekonomii, zarządzania, marketingu. W odpowiedzi na potrzeby ambitnych nastolatków różne organizacje tworzą sprzyjające warunki do nauki, proponując innowacyjne metody nauczania, jak np. formułę *edutainment*, czyli naukę poprzez zabawę. Ta forma zdobywania wiedzy jest jednym z warunków ogólnopolskiego projektu edukacyjnego, a mianowicie Ekonomicznego Uniwersytetu Dziecięcego (dalej: EUD).

Celem niniejszego opracowania jest próba oceny funkcjonowania EUD w kontekście budowania świadomości ekonomicznej obywateli. W artykule opisano założenia projektu EUD, a także zwrócono uwagę na korzyści dla różnych grup interesariuszy płynące z ich współpracy w ramach omawianego przedsięwzięcia. Przedstawiono wyniki ewaluacji projektu EUD w zakresie oceny zajęć dla dzieci i rodziców.

1. Założenia projektu EUD

Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy zainaugurował działalność w Warszawie w 2008 roku, natomiast od września 2009 roku funkcjonuje w całym kraju. Projekt prowadzony jest przez Fundację Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych we współpracy z lokalnymi partnerami, czyli ośrodkami akademickimi. Obecnie w ramach projektu współpracuje 7 ośrodków lokalnych, ale nie ze wszystkimi dotychczasowymi ośrodkami udało się na dłużej utrzymać współpracę. W tabeli 1 zobrazowano zestawienie ośrodków lokalnych współpracujących w ramach projektu EUD, horyzont czasowy tej współpracy oraz liczbę edycji.

Działalność EUD, której trzy filary stanowią uczelnie wyższe (wykładowcy akademicy, studenci jako wolontariusze), środowisko lokalne (dzieci i ich rodzice) oraz praktyka biznesu (lokalni przedsiębiorcy, firmy, organizacje), oparta jest na koncepcji marketingu społecznego i partnerskiego zarazem. Partnerem strategicznym projektu jest Narodowy Bank Polski. Przedsięwzięcie, nad którym patronat honorowy pełni Ministerstwo Edukacji Narodowej, ma na celu popularyzację wiedzy i bu-

dowanie świadomości ekonomicznej wśród dzieci już od najmłodszych lat. Oferta edukacyjna EUD skierowana jest do uczniów klas piątych i szóstych szkół podstawowych. Równolegle odbywają się spotkania dla rodziców z zakresu wychowania i kształtowania relacji rodzic–dziecko (O Projekcie, 2015).

Tabela 1. Uczelnie wyższe jako partnerzy lokalni EUD

Ośrodek lokalny / uczelnia	Rok rozpoczęcia	Rok zakończenia	Liczba edycji
Szkoła Główna Handlowa w Warszawie	2008	nadal	16
Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach	2009	nadal	13
Uniwersytet w Białymstoku	2009	nadal	13
Ośrodek w Belchatowie, we współpracy z Urzędem Miasta Belchatowa	2009	2011	4
Uniwersytet Ekonomiczny w Poznaniu	2011	nadal	10
Wyższa Szkoła Ekonomii, Prawa i Nauk Medycznych w Kielcach	2011	2014	6
Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania w Rzeszowie	2012	2015	6
Wyższa Szkoła Ekonomii i Innowacji w Lublinie	2012	2013	2
Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu	2013	nadal	5
Uniwersytet Szczeciński	2014	nadal	3
Uniwersytet Gdański	2015	nadal	1

Źródło: opracowanie własne.

Według Zalewskiej (2009) z Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie EUD jest przykładem nauczania permanentnego dzieci i ich rodziców. Edukacja permanentna jest również nazywana jako kształcenie permanentne, kształcenie ustawiczne, kształcenie ciągle, edukacja ustawiczna, edukacja całościowa, kształcenie całościowe, kształcenie nieustające, dalsze kształcenie, oświata nieustająca (Wolicki, 2012, s. 12). Wszystkie wymienione nazwy oddają wiernie ideę tej formy edukacji polegającej na ciągłym zdobywaniu wiedzy, doskonaleniu swoich umiejętności i kwalifikacji aż do końca życia. Projekt EUD doskonale wpisuje się w ten proces kształcenia i wychodzi naprzeciw oczekiwaniom polskiego społeczeństwa.

Pacut (2014) z Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie wymienia projekt EUD jako jeden z przykładów kształcenia pozaformalnego w zakresie przedsiębiorczości społecznej w Polsce. Jako wybrana inicjatywa edukacyjna EUD zwraca uwagę nowatorską formą i metodami kształcenia, które można wykorzystać w procesie edukacji w zakresie gospodarki społecznej.

Edycja EUD to cykl sześciu półtoragodzinnych spotkań w semestrze, które odbywają się średnio co dwa tygodnie. Problematyka zajęć koncentruje się wokół zagadnień z zakresu zarządzania, ekonomii, marketingu, historii gospodarczej, psychologii i etyki biznesu. Spotkania dla dzieci mają charakter interaktywny (formuła *edutainment*), są połączeniem wykładu, warsztatu i publicznej prezentacji wyników pracy grupowej. Poprzez taką formę nauki uczniowie lepiej przyswajają i doskonalą wiedzę ekonomiczną, są twórczy, uczą się od siebie nawzajem (Czerska, 2013, s. 50–51).

Wykorzystywane formuły *edutainment* w procesie edukacji posiada znacznie więcej zalet, chociażby przyspieszanie i utrwalanie pożądanych postaw społecznych. Można wymienić ponadto wysoką skuteczność w przekazywaniu wiedzy i umiejętności, a także efektywne kreowanie poglądów, zachowań i wzorców postępowania (Polak, 2007). Według różnych autorów, zarówno polskich, jak i zagranicznych, *edutainment* jest nowym trendem w edukacji, efektywną, innowacyjną metodą edukacji przyszłości (Kar, 2013), (Skibińska, 2010, s. 57–65), (Uskov, Howlett, Jain, 2015).

Nad organizacją i prawidłowym przebiegiem spotkań w danym ośrodku EUD czuwa koordynator projektu, czyli opiekun lokalny. W pracach projektowych pomagają koordynatorowi tzw. pomocnicy, czyli współorganizatorzy przedsięwzięcia. Za filmowanie i fotografowanie zajęć dzieci odpowiada ekipa filmująco-fotografująca. Ważną rolę w projekcie odgrywają także wolontariusze, czyli studenci macierzystej uczelni bądź innych uczelni zaprzyjaźnionych z danym ośrodkiem EUD. Ich rolą jest moderowanie grup warsztatowych oraz opieka nad nimi w trakcie trwania spotkania.

Zajęcia dla dzieci prowadzą nauczyciele akademicki partnerskich uczelni, tzw. eksperci lokalni oraz eksperci zewnętrzni. Spotkania dla rodziców i opiekunów prowadzone są również przez wykładowców akademickich, a także psychologów. Materiały ze spotkań, tj. prezentacje, miniskrypty (słowa kluczowe), czyli najważniejsze definicje do wykładu, a także zdjęcia i filmy, publikowane są na stronie internetowej EUD po każdych zajęciach. W serwisie EUD można znaleźć ponadto biogramy ze zdjęciem wszystkich ekspertów, programy zajęć dla dzieci i rodziców, regulamin projektu, kolejne numery Magazynu Młodego Menedżera „Ekonopedia”, konkursy, a także forum dyskusyjne.

Na ostatnich zajęciach edycji młodzi studenci piszą test wiedzy, który obejmuje zagadnienia z pięciu spotkań. Test jest wprawdzie nieobowiązkowy, ale zazwyczaj przystępują do niego wszyscy uczniowie będący na spotkaniu finałowym. Podczas sprawdzania testu przez wolontariuszy o swojej drodze do sukcesu opowiada zaproszony gość – praktyk biznesu. Dla trzech najlepszych uczniów, którzy uzyskali naj-

większą liczbę punktów, a także odpowiednią frekwencję (obecność na co najmniej 4 z 6 spotkań), przewidziane są wartościowe nagrody rzeczowe.

2. Korzyści ze współpracy w ramach EUD

Współpraca interesariuszy w ramach EUD przynosi im wiele wymiernych korzyści, które zaprezentowano w tabeli 2.

Tabela 2. Korzyści ze współpracy w ramach EUD dla różnych grup interesariuszy

Grupa interesariuszy	Korzyści
1	2
Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych	– kształtowanie pozytywnego wizerunku jako organizacji non profit; – budowanie lojalności uczelni partnerskich (marketing partnerski); – budowanie wzajemnego zaufania w relacjach zarówno z otoczeniem zewnętrznym, jak i środowiskiem wewnętrznym organizacji
Narodowy Bank Polski	– upowszechnienie wiedzy o zasadach funkcjonowania rynku finansowego; – kształtowanie postaw sprzyjających stabilności i rozwojowi rynku finansowego; – zwiększenie znajomości zagadnień ekonomicznych w społeczeństwie, w tym roli i misji NBP, polityki pieniężnej, instytucji finansowych, Unii Gospodarczej i Walutowej; – kształtowanie odpowiedzialności przy podejmowaniu decyzji finansowych, w tym zarządzaniu budżetem domowym; – popularyzowanie wiedzy na temat dziedzictwa ekonomicznego; – promowanie nowoczesnych postaw u najmłodszych wpływających na kształtowanie kapitału społecznego związanego z rozwojem gospodarczym; – wzmocnienie pozycji NBP jako jednego z najważniejszych banków centralnych zajmujących się edukacją ekonomiczną
Koordynator EUD	– nowe doświadczenie edukacyjno-zawodowe; – nowe kompetencje w zakresie koordynowania projektu edukacyjnego; – budowanie pozytywnych relacji z interesariuszami projektu; – nawiązywanie nowych kontaktów biznesowych; – współpraca z nauczycielami akademickimi i niezależnymi ekspertami z dziedziny ekonomii i zarządzania; – współpraca ze szkołami podstawowymi; – współpraca z lokalnymi mediami; – rozpoznawalność wśród partnerów projektu; – udział w konferencjach i seminariach poświęconych edukacji najmłodszych
Pomocnicy / współorganizatorzy EUD	– nowe doświadczenie organizacyjne; – współpraca z koordynatorem projektu; – współpraca z nauczycielami akademickimi i niezależnymi ekspertami z dziedziny ekonomii i zarządzania; – umocnienie pozycji na uczelni

1	2
Studenci EUD	– zdobywanie wiedzy ekonomicznej; – kształtowanie postaw sprzyjających przedsiębiorczości; – popularyzowanie wiedzy na temat historii pieniądza; – kształtowanie umiejętności pracy w zespole; – nawiązywanie nowych znajomości; – zdjęcia i filmy z każdych zajęć; – wartościowe nagrody rzeczowe dla najlepszych studentów każdej edycji; – pierwszeństwo przyjęcia na kolejną edycję dla kontynuujących uczniów
Rodzice / opiekunowie dzieci	– możliwość uczestniczenia w wykładach na terenie uczelni; – zdobywanie wiedzy psychologicznej na temat kształtowania relacji rodzic–dziecko; – konstruktywne spędzenie czasu oczekiwania na dziecko
Wykładowcy akademicy (eksperci lokalni i zewnętrzn)	– doświadczenie w pracy z dziećmi; – współpraca w ramach ogólnopolskiego projektu edukacyjnego; – nawiązanie nowych relacji na uczelni; – propozycje przeprowadzenia zajęć w ramach EUD od uczelni partnerskich; – bezpośredni kontakt z rodzicami na wykładzie
Uczelnie partnerskie	– kształtowanie pozytywnego wizerunku w środowisku lokalnym; – budowanie lojalności otoczenia bliższego; – wzrost konkurencyjności wśród uczelni lokalnych; – rozpoznawalność w skali kraju; – propozycje koordynowania kolejnych projektów edukacyjnych; – współpraca z biznesem; – angażowanie studentów danej uczelni jako wolontariuszy
Ekipa filmująco-fotografująca	– nowe doświadczenie w pracy z dziećmi; – poznanie i wykorzystywanie nowych programów do obróbki zdjęć i filmów; – rozpoznawalność na rynku lokalnym
Wolontariusze	– udział w prestiżowym ogólnopolskim projekcie edukacyjnym; – nowe doświadczenie w pracy z dziećmi; – podniesienie swoich kwalifikacji w zakresie monitorowania i koordynowania grup warsztatowych; – współpraca z nauczycielami akademickimi; – zaświadczenie o wykonywaniu prac wolontaryjnych, zawierające opinię koordynatora
Praktycy biznesu	– kształtowanie pozytywnego wizerunku firmy/organizacji w otoczeniu lokalnym; – współpraca z sektorem edukacji; – nawiązywanie nowych kontaktów

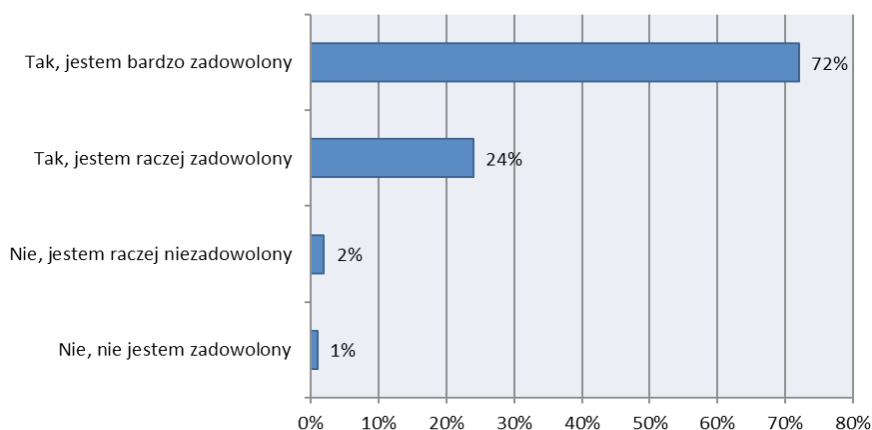
Źródło: opracowanie własne na podstawie doświadczeń Autorki z koordynowania EUD; (Dofinansowanie..., 2015); (Rola..., 2006); (Strategia..., 2010); (Zostań wolontariuszem..., 2015).

3. Ocena projektu EUD

W roku szkolnym 2014/2015 w siedmiu ośrodkach lokalnych EUD – w Katowicach, Wrocławiu, Warszawie, Białymstoku, Poznaniu, Rzeszowie i Szczecinie – przeprowadzono ewaluację projektu EUD w zakresie oceny zajęć. Dobór respondentów był celowy, a próba badawcza objęła łącznie 485 uczniów i 223 rodziców. Badanie mające charakter ankietyzacji przeprowadzono na spotkaniu finałowym edycji we wszystkich ośrodkach. Dzieci oceniały stopień zadowolenia z udziału w zajęciach, wykorzystując skalę Likerta. Oceniały również stopień trudności języka używanego przez ekspertów podczas zajęć, warsztaty, a także materiały uzupełniające do zajęć. Rodzice natomiast wystawiali oceny poszczególnym wykładom oraz określali stopień zadowolenia z uczestnictwa w spotkaniach.

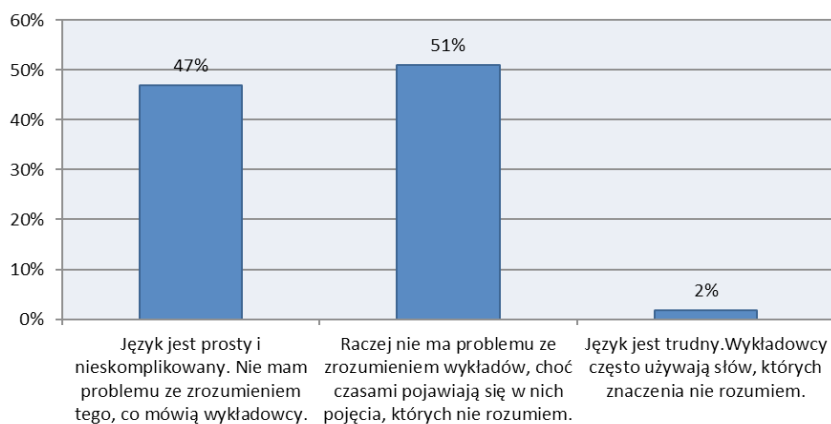
Na podstawie łącznych wyników aż 96% ankietowanych studentów było zadowolonych z uczestnictwa w zajęciach EUD, w tym 72% odczuwało satysfakcję na najwyższym poziomie (rysunek 1). Dla zdecydowanej większości dzieci (98%) sposób komunikacji osób prowadzących zajęcia był przystępny, a zaledwie 2% ankietowanych oceniło język jako trudny i mało zrozumiały (rysunek 2).

Rysunek 1. Zadowolenie studentów EUD z udziału w zajęciach



Źródło: (Wyniki..., 2015).

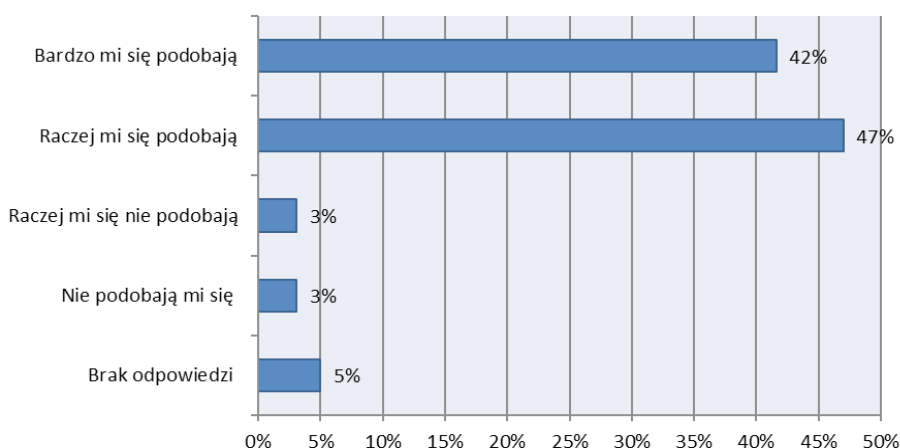
Rysunek 2. Ocena języka wykładowego przez studentów EUD



Źródło: (Wyniki..., 2015).

Ocena zajęć warsztatowych przez młodych beneficjentów wypadła bardzo korzystnie, gdyż aż 91% z nich oceniło pozytywnie taką formę zajęć, a zaledwie 6% respondentów nie było zadowolonych. Równie pozytywnie wypadła ocena materiałów pomocniczych do zajęć, w tym Magazynu Młodego Menedżera „Ekonopedia”, prezentacji wykładowców, miniskryptów, czyli słów kluczy do wykładu (rysunek 3).

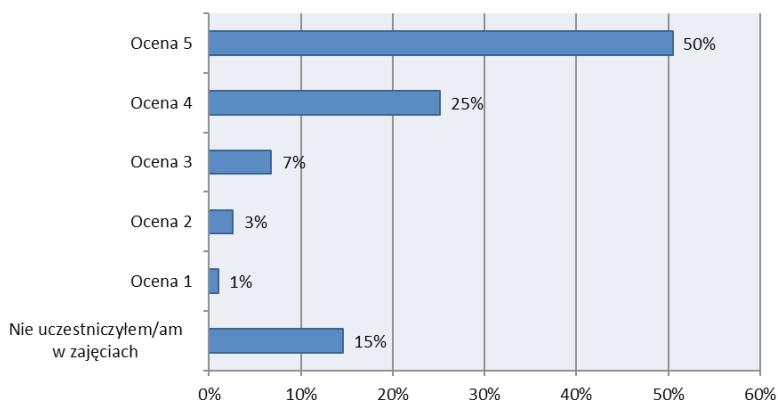
Rysunek 3. Ocena materiałów uzupełniających do zajęć



Źródło: (Wyniki..., 2015).

Jeśli chodzi o zajęcia dla rodziców/opiekunów, to druga, starsza grupa beneficjentów projektu EUD przyznawała każdemu wykładowi punkty od 1 do 5. Rozkład poszczególnych ocen obrazuje rysunek 4. Oceny pozytywne stanowią 75% wszystkich przyznanych not, a 4% respondentów oceniło wykłady najniżej.

Rysunek 4. Rozkład ocen wystawionych przez rodziców



Źródło: (Wyniki..., 2015).

Większość rodziców (98%) wyraziła zadowolenie z uczestnictwa w wykładach, tylko według 1% ankietowanych oferta zajęć nie spełniła oczekiwań.

Ocena projektu EUD wypadła bardzo korzystnie, co świadczy o słuszności realizowania przedsięwzięcia. Ankiety ewaluacyjne wśród dzieci i ich rodziców przeprowadzane są regularnie, na koniec każdej edycji. W ten sposób na bieżąco monitoruje się również poziom zaangażowania wykładowców, koordynatorów projektu, a także wolontariuszy w cały proces nauczania.

Podsumowanie

W dobie ciągłego postępu techniczno-technologicznego oraz dynamicznego rozwoju sfery usług edukacyjnych budowanie świadomości ekonomicznej społeczeństwa powinno rozpoczynać się jak najwcześniej, od najmłodszych lat. Konsekwencją tego procesu w dalszej perspektywie powinien być wzrost świadomości znaczenia pieniądza, rozwój umiejętności planowania i prowadzenia budżetu domowego, a także skuteczne zarządzanie kredytem i długiem. Mając to na względzie, Fundacja

Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych w Warszawie kieruje swój program „Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy” do uczniów klas piątych i szóstych szkół podstawowych oraz ich rodziców. Przedsięwzięcie EUD ma na celu nauczanie dzieci podstawowych pojęć ekonomicznych, kształcenie umiejętności pracy w grupie oraz kreowanie zachowań przedsiębiorczych. Rodzicom natomiast oferuje wsparcie w wychowaniu ich dzieci w postaci wykładów z zakresu wiedzy o wychowaniu, psychologii i interakcji społecznych, efektywnej edukacji, współczesnych problemów ekonomicznych.

Współpraca w ramach EUD różnych grup interesariuszy daje każdej z nich wymierne korzyści, przez co Fundacja jako organizacja non profit, realizując koncepcję marketingu społecznego i partnerskiego zarazem, postrzegana jest na arenie krajowej bardzo dobrze.

Pozytywne wyniki ewaluacji projektu EUD wśród dzieci i ich rodziców utwierdzają organizatorów w słuszności realizacji przedsięwzięcia i rozszerzania współpracy, zarówno o kolejne uczelnie partnerskie, jak i nowe grupy odbiorców, np. gimnazjalistów, licealistów.

Literatura

- Czerska, I. (2013). Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy. *Portal*, 3/4 (17), 50–51.
- Dofinansowanie projektów z zakresu edukacji ekonomicznej (2015). Pobrane z: <http://www.nbpportal.pl/edukacja-w-nbp/dofinansowanie-nbp>.
- Kar, N. (2013). *Edutainment. A New Trend in Project Management Training*. Project Management Institute.
- O Projekcie (2015). Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy (EUD). Pobrane z: http://www.uniwersytet-dzieciecy.pl/strona/3/p/O_projekcie.
- Pacut, A. (2014). *Kształcenie pozaformalne w zakresie przedsiębiorczości społecznej w Polsce. Przegląd wybranych inicjatyw*. Pobrane z: http://fundacja.e-gap.pl/mowes/wp-content/uploads/2014/03/Artykul_2.pdf.
- Polak, M. (2007). „Edutainment” w kształtowaniu postaw przedsiębiorczych i edukacji ekonomicznych. W: P. Wachowiak, M. Dąbrowski, B. Majewski (red.), *Kształtowanie postaw przedsiębiorczych a edukacja ekonomiczna* (257–266). Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych w Warszawie.
- Rola banków centralnych w edukacji ekonomicznej i finansowej obywateli* (2006). Konferencja Międzynarodowa Narodowego Banku Polskiego, Banku Rezerwy Federalnej w Nowym Jorku i Europejskiego Banku Centralnego, Warszawa.
- Skibińska, M. (2010). „Edutainment” jako metoda edukacji przyszłości (teraźniejszości). *Teraźniejszość – Człowiek – Edukacja*, 2 (50), 57–65.

- Strategia edukacji ekonomicznej Narodowego Banku Polskiego na lata 2010–2012* (2010). Warszawa: Departament Edukacji i Wydawnictw NBP.
- Uskov, V.L., Howlett, R.J., Jain, L.C. (2015). *Smart Education and Smart e-Learning*. Cham: Springer International Publishing Switzerland.
- Wolicki, M. (2011). Edukacja permanentna – potrzeba i formy. *Forum Pedagogiczne*, 1, 11–26.
- Wyniki autoewaluacji projektu Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcę* (2015). Fundacja Promocji i Akredytacji Kierunków Ekonomicznych w Warszawie.
- Zalewska, S.L. (2009). *Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcę jako przykład nauczania permanentnego dzieci i ich rodziców*. Pobrane z: http://www.sabinazalewska.pl/wp-content/uploads/2013/09/19-Zakopane_2009.pdf.
- Zostań wolontariuszem Ekonomicznego Uniwersytetu Dziecięcęgo* (2015). Pobrane z: <http://www.uniwersytet-dzieciecy.pl/strona/5/p/Wolontariat>.

THE FUNCTIONING OF CHILDREN'S UNIVERSITY OF ECONOMICS IN THE CONTEXT OF BUILDING OF THE ECONOMIC AWARENESS AND ENTREPRENEURIAL BEHAVIOR OF POLISH SOCIETY

Abstract

In the era of the information society and dynamic development of educational services orientation to the youngest client as a consumer of economic knowledge is becoming increasingly important. Children's University of Economics (EUD) as a national economic education project for pupils of fifth and sixth grades of primary schools, acting on the basis of the social marketing concept and affiliate marketing, builds positive relationships between universities and the environment. Universities, local environment and business practice are the three pillars of the EUD project. Learning economics through play – edutainment formula: lectures, workshops, presentations of works is an innovative idea for the acquisition and improvement of economic knowledge as well as teamwork training. Positive results of project evaluation among children and their parents argue the rightness of the project implementation and the cooperation extension.

Translated by Iwona Czerska

Keywords: Children's University of Economics, edutainment, social marketing, affiliate marketing

JEL Codes: A19, L31, M31

